

|| 企業調査レポート ||

## エレマテック

2715 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月28日(木)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期第2四半期：前年同期比では減益だが、過去最高益を達成した前年同期に次ぐ、過去2番目の水準	01
2. 2024年3月期：営業利益は前期比25.3%減予想	01
3. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を推進中	02
■ 会社概要	03
1. 沿革と事業内容	03
2. 特長と強み	05
3. 主なサービス・機能	05
4. 長期業績推移	07
■ 業績の動向	08
● 2024年3月期第2四半期決算概要	08
■ 今後の見通し	13
● 2024年3月期の業績見通し	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」の基本方針	14
2. 具体的施策	16
3. 各種計画の進捗状況	17
4. サステナビリティへの取り組み	19
■ 株主還元	20

## ■ 要約

### 「ポテンシャル分野の開拓・深耕」「経営基盤の拡大・強化」を軸に 中期経営戦略を推進中

エレマテック<2715>は、2009年に高千穂電気株式会社と大西電気株式会社が合併して誕生した電子材料を得意とするエレクトロニクス商社だが、その後2012年に豊田通商<8015>グループ入りした。近年は単なる部品・部材の販売だけでなく、モジュール製品やODM（Original Design Manufacturing：企画段階から参画し、他社ブランド製品を設計から製造まで行う）製品の拡販に注力している。

#### 1. 2024年3月期第2四半期：前年同期比では減益だが、過去最高益を達成した前年同期に次ぐ、過去2番目の水準

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高102,135百万円（前年同期比17.1%減）、営業利益4,556百万円（同31.3%減）、経常利益4,203百万円（同31.3%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益3,060百万円（同26.5%減）となった。マーケット別では、Automotiveは客先の生産増や新規商材の採用等により同24.7%の増収となったが、Digital Electronicsでは主に液晶等のディスプレイ関連や電子部品・半導体等の販売が低調になり同25.5%の減収となった。Broad Marketもドライブレコーダーが低迷したアフターマーケットや重電、車両制御、船舶、OA機器が低調であったことから同21.8%の減収となった。地域別では、自動車関連が堅調であった欧米は増収となったが、日本を含めたそれ以外の地域は減収となった。売上総利益率は円安効果や製品構成の変化により同0.7pt改善したが、減収により売上総利益は同11.7%減となった。販管費が同5.9%増加したことから営業利益は大幅減となった。前年同期が好決算であったことから、営業利益は前年同期比で減益となったが、第2四半期としては過去2番目に高い水準であり必ずしも悲観する結果ではなかったと言える。

#### 2. 2024年3月期：営業利益は前期比25.3%減予想

2024年3月期の業績は、売上高207,000百万円（前期比13.7%減）、営業利益9,000百万円（同25.3%減）、経常利益8,400百万円（同24.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益6,000百万円（同22.0%減）と予想されており、期初予想（売上高同2.6%減、営業利益同12.1%減）からは下方修正された。マーケット別売上高は、ほぼ上期と同様の傾向と見ており、Automotiveは引き続き堅調に推移し同27.4%増が見込まれているが、Digital Electronicsは、ディスプレイ関連や電気・電子部品等が低調であることから同28.9%減と予想されている。またBroad Marketも、アフターマーケット（主にドライブレコーダー）やOA機器等が減少する見込みであることから、同13.1%減が見込まれている。対米ドル平均レートは、140円（前期実績135.50円）を前提としている。

要約

### 3. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を推進中

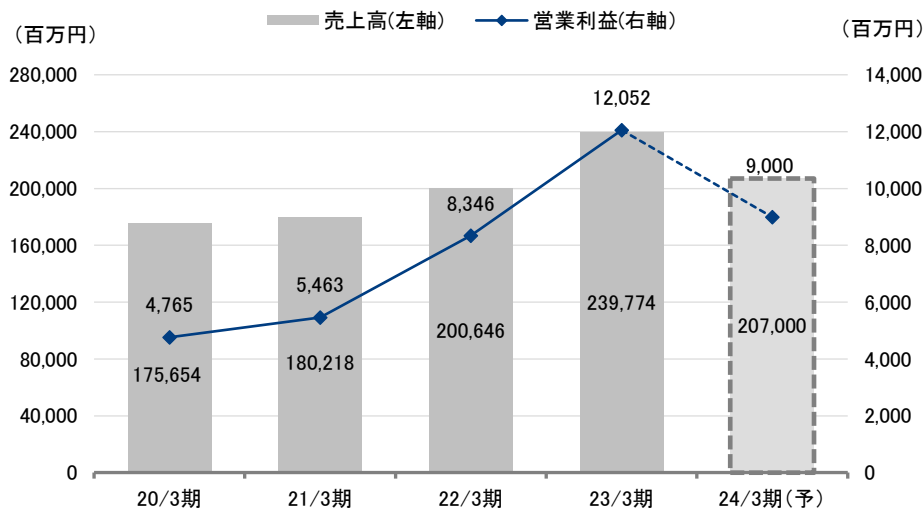
同社は、2023年4月に中期経営戦略「エレマテック・プロプラス (elematec Pro+)」を発表した。この中期経営戦略では、前中計の主要戦略である「高付加価値型ビジネスの強化」「海外有力顧客の開拓」「自動車領域への注力」を継続しつつ、さらに進化させると同時に、これに加えて新たな重点施策として「ポテンシャルエリアの本格開拓」「開発部の機能強化」「M&A・アライアンスによる顧客基盤・事業領域の拡大」「サステナビリティと人的資本への取り組み」を掲げている。重点市場としては「オートモーティブ」「アフターマーケット」「医療機器」を挙げている。足元の業績は停滞しているが、これらの重点施策を粛々と進めていく方針に変わりはない。

また以前からの「配当性向 40% 以上」に替わり、2024年3月期から配当の基本方針を「配当性向（連結）50% もしくは DOE（純資産配当率）3% の両基準で算出した数値のいずれか高い金額を目安とする」に変更した。これは、手元資金が豊富になったこと、Automotive など安定収益源が増えてきたことに加え、大幅減益や万が一赤字決算になっても配当を行えるよう DOE 基準を設けたことによる。これに基づき、2024年3月期の年間配当については業績の落ち込みにも関わらず年間 85 円（前期 76 円）へ増配することを発表済みで、これは同社が先行きの業績回復に自信を持っている証左と言えるだろう。

#### Key Points

- ・ 電子材料、電子部品や設備など幅広い商品を扱う総合エレクトロニクス商社
- ・ 2024年3月期第2四半期の営業利益は前年同期比 31.3% の減益だが、過去 2 番目の高水準を維持
- ・ 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を発表。経常利益の年平均成長率 10% 以上を目指す

#### 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 電子材料を得意とし国内外に 73 拠点を擁するエレクトロニクス商社

#### 1. 沿革と事業内容

##### (1) 沿革

同社の前身の2社のうち、高千穂電気は1947年に東京で、大西電気は1958年に京都で、それぞれ設立された。両社はともに絶縁材料の取り扱いからスタートし、その後の技術開発の流れに沿ってエレクトロニクス製品向けの電子材料へと取扱品目を拡大させて、独立系技術商社として業容を拡大してきた。

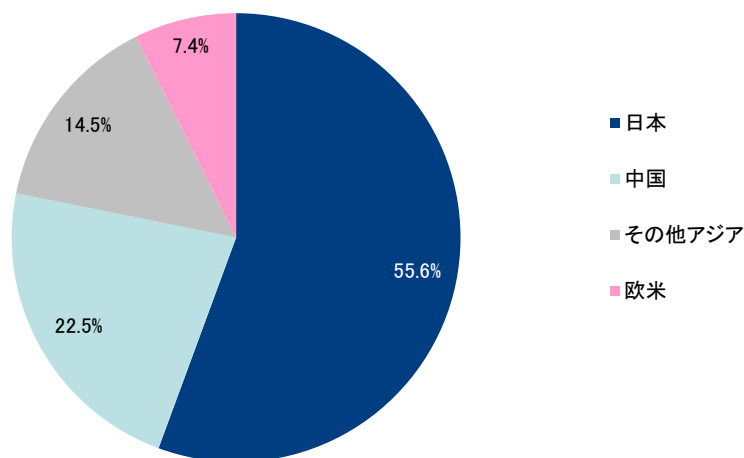
両社は2009年に合併（存続会社は高千穂電気）し、社名をエレマテック株式会社へと改めた。事業領域はともに電子材料が主体でありながら、東京と京都で地理的補完関係を生かして成長を続けてきた。2012年にTOB（株式公開買付け）によって豊田通商の子会社となり、現在に至っている。

##### (2) 事業内容

同社は現在、エレクトロニクス製品向けの電子材料をはじめとして電子部品や設備など幅広い商材を取り扱っている。事業の基盤としては、連結ベース（2023年3月末現在）で従業員1,184名を抱え、国内25拠点、海外48拠点を擁している。事業拠点の中には加工サービスを手掛ける拠点が国内1カ所、中国2カ所の合計3ヶ所含まれている。

事業はグローバルで展開しているが、主要顧客は日系企業が中心であり、日本企業の海外進出状況を反映して、海外については中国及びアジア地域が主体となっている。2023年3月期の売上高構成比（決算短信ベース）は、日本55.6%、中国（香港含む）22.5%、その他アジア（韓国、インド、東南アジア等）14.5%、欧米（米国、メキシコ、チェコ）7.4%だった。

地域別売上高（2023年3月期）

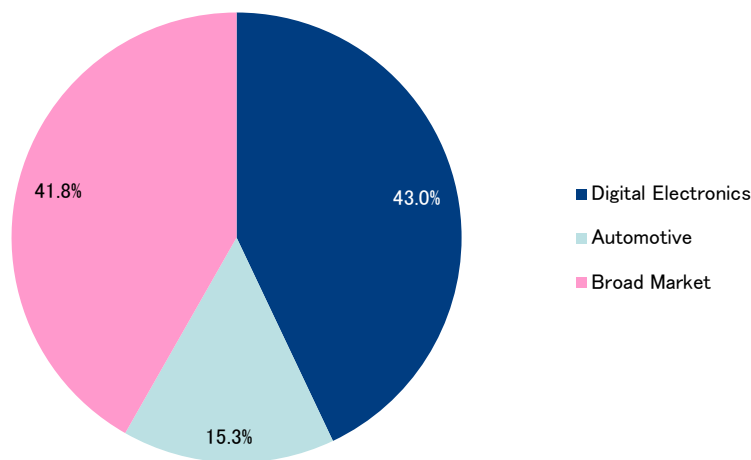


出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

同社は仕入先・販売先の双方に多数の顧客を有して幅広い商材を取り扱っているため、管理するうえでグルーピング（分類）が不可欠である。従来は取扱商材に基づき管理（仕入先基準）を行っていたが、2015年3月期からは顧客企業の生産品目を基準（販売先基準）としたマーケット別に分類する方式に切り替えた。その結果現在では、Digital Electronics、Automotive、Broad Marketの3つに分けて内部管理及び情報開示を行っている。2023年3月期の売上高構成比は、Digital Electronics 43.0%、Automotive 15.3%、Broad Market 41.8%となっている。

マーケット別売上高（2023年3月期）



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

同社が注力するマーケット

**Digital Electronics**

液晶、タッチパネル、黒物家電  
バックライト

電気・電子部品、  
半導体・半導体パッケージ

モバイル端末

カメラ、  
カメラモジュール

スパコン、サーバー、  
タブレット、PC

TOY、ホビー

アミューズメント

**Automotive**

自動車

**Broad Market**

バイク、  
自転車

アフターマーケット

産業機械、  
建設機械

白物家電

医療機器

住宅設備

監視カメラ、  
セキュリティ

インフラ、  
エネルギー

ビューティ・  
ヘルスケア家電

OA機器

電車、車輪制御、  
船舶、航空機

産業機器、  
電動工具

モーター

出所：同社ホームページより掲載

## 多数の商材・取引先を生かして業績の安定成長を実現、「高付加価値型ビジネス」を推進

### 2. 特長と強み

#### (1) 豊富な商材と盤石な顧客基盤

同社の特長としてまず挙げられるのは、多数の取引先と商材を抱える点だ。仕入先は約 7,200 社（メーカー）にのぼり、一方で約 6,200 社の販売先（ユーザー）に対して、電子材料や電子部品を中心とする多様な商材の取引を行っている。個別の仕入先及び販売先は開示されていないが、主な販売先上位 10 社が売上高の約 45%（2023 年 3 月期）を占める。このように仕入先や販売先、取扱商品が分散されているため、業績は特定の顧客や製品の動向に大きく左右されることが少なく、安定した成長が可能となっている。

#### (2) 提案力と製造能力（拠点）

多数の顧客を抱えていることから、同社は顧客から多くの要望を受ける。その一方で、長年にわたり多くの商材を取り扱ってきたことから、多数の商材の特色・特性を知り尽くしており、これらの知識と過去のノウハウを組み合わせることで、顧客の要望に応じている。また、顧客のニーズを先読みして、自ら提案する力を有しているのも同社の強みだろう。要するに「受け身」（Passive）の事業展開だけでなく、「能動的」（Active）な事業展開を行えるのだ。

さらに同社の場合、製造部門（国内 1 工場、海外 2 工場、多数の製造委託先）を有していることも強みだ。これによって、単に部材を販売するだけでなく、顧客の要望に応じてモジュール品やカスタマイズ品、半製品を提供することができる。ある意味で、顧客にとっては「便利で都合の良いベンダー」であり、この事実によって、多くの顧客が同社とのビジネスを長年継続しているとも言え、この点も同社の強みだろう。

#### (3) 立体的な収益構造

一般的なエレクトロニクス商社の場合、収益拡大のためには顧客（X 軸）と商材（Y 軸）が重要な要素であり、平面的な収益構造になっている。同社の場合は、これに加えて企画（提案）・製造・品質管理などの第 3 軸（Z 軸）の要素も持っている。言い換えれば収益構造が立体的になっていると言える。

特に近年は単なる商社機能だけでなく企画力・提案力も強めており、Z 軸方向が高く（厚く）なっている。一般的な建物に喩えれば、高いビルほど強く崩れにくい構造であることと同様で、同社の収益構造は強く、簡単には崩れないと言える。このように立体的な収益構造を有している点も同社の特色であり強みだろう。

### 3. 主なサービス・機能

同社が提供しているのは、最適な部材の供給、信用供与・ファイナンス、納期・在庫の管理といったエレクトロニクス商社としてのベーシックなサービス・機能だけではない。企画開発・設計、製造サービスなど、より高度で付加価値の高いサービス・機能も提供している。同社では特色として以下のような 5 つのサービス・機能を掲げているが、こうした機能があるからこそ、多様な商材をビジネスにつなげ、業績に落とし込むことができていえる。



会社概要

(1) 企画開発・設計

営業部門・開発部・技術部が連携し、新しいパーツやユニットを企画開発・設計する。

(2) 調達代行サービス

顧客が求める品質・コスト・納期に最適な部材の調達を代行する。

(3) 製造サービス

自社工場や国内外の優良な外部委託を活用し、カスタマイズ品・モジュール品、完成品（ODM）を提供する。

(4) 品質・環境マネジメント

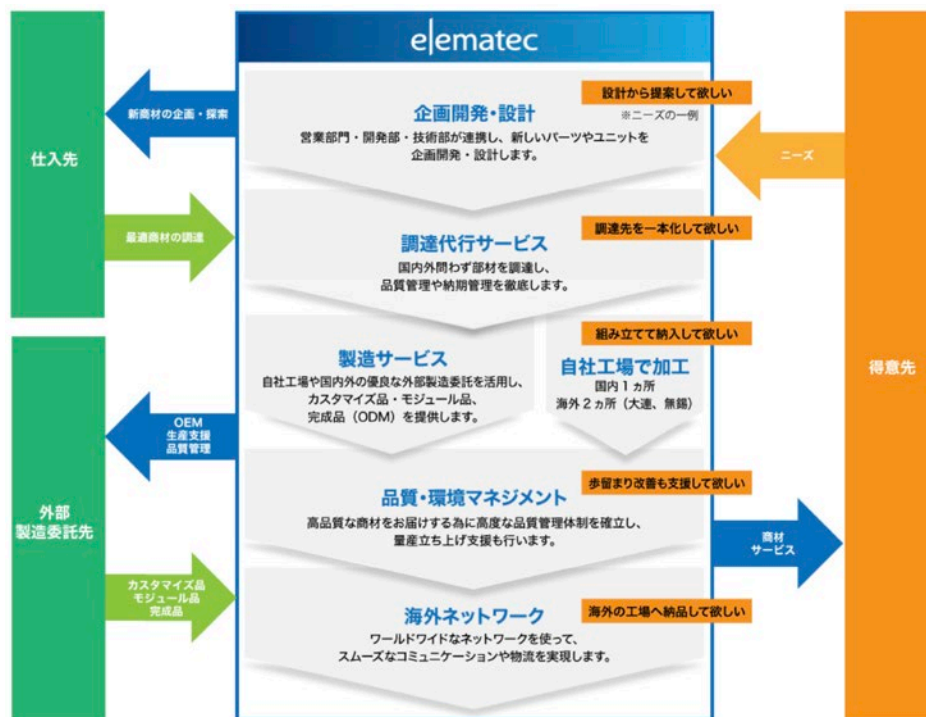
高品質な商材を届けるために、高度な品質管理体制を確立している。

(5) 海外ネットワーク

ワールドワイドなネットワークを使って、スムーズなグローバル物流を実現している。

同社は、単純な商社機能に付加価値の高いサービス・機能を加えることで相対的に高い売上純利益率を維持している。今後も5つのサービス・機能をより活用していくことで、同社の売上純利益率はさらに向上していくはずだ。

「5つのサービス・機能」の詳細



出所：同社ホームページより掲載



会社概要

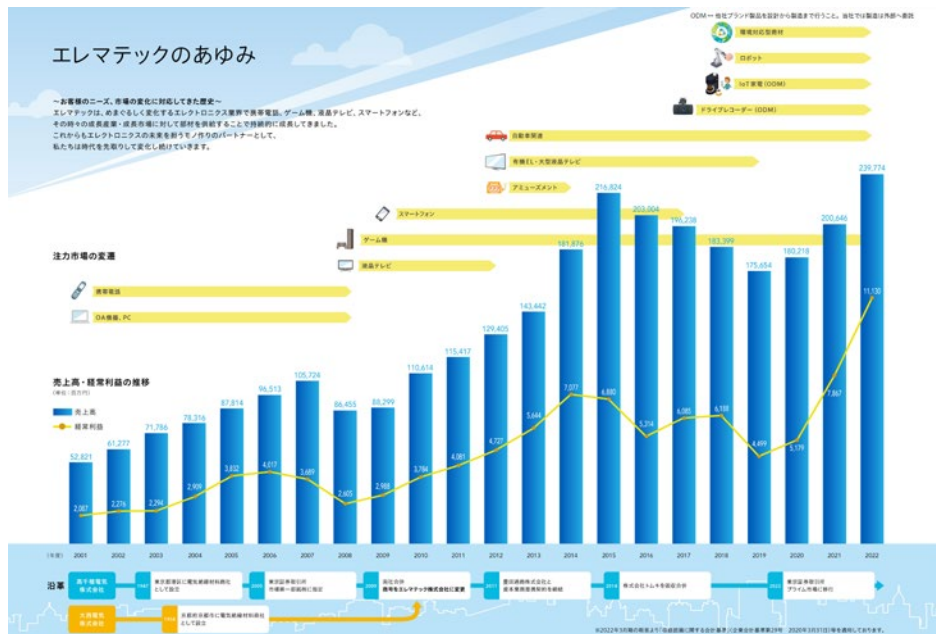
## 「勝ち馬に乗れる体質」で収益成長を維持

### 4. 長期業績推移

同社の長期的な業績推移を振り返ると、浮沈の激しいエレクトロニクス業界に身を置きながら、経済サイクルや製品サイクルなどの波を乗り越えて安定成長を果たしてきたと言える。2000年代初めは携帯電話関連で伸びたが、FPC（プリント配線板）の部材や基板実装、光学フィルムなどが主要な商材だった。2010年前後はテレビの地上波デジタル放送への移行などもあって液晶テレビ関連の部材が大きなビジネスとなった。また、2010年以降はスマートフォンやタブレットが急成長し、同社はそこに各種フィルム類やガラス類などを販売してリーマンショックからの迅速な回復と、連続で最高益の更新を達成した。ここ数年はスマートフォン市場が成熟化したことで業績の踊り場を迎えた形となっているが、ODM製品としてドライブレコーダーを販売するなど企画力・提案力を強めることで成長を維持している。さらに同社にとって次の成長市場は自動車関連と海外に移行しつつある。多数の取引先と多様な商材を有するだけでなく、提案力・製造能力も持っている同社の商機が一段と拡大することが期待される。

このように同社は、その時々市場や状況に応じて適切な部品や製品を提供することで成長を維持してきた。これを「機を見るに敏な戦略」とも言えるが、実際は「勝ち馬に乗れる体質」が同社の強みであり特色であると弊社では考えている。同社は、幅広い顧客基盤、多くの商材、加えて開発力を備えているからこそ「勝ち馬に乗れる」のであって、どの企業でも可能なことではない。

### 長期業績推移



注：ODMとは他社ブランド製品を設計から製造まで行うこと。同社では製造は外部へ委託  
出所：会社案内よりフィスコ作成

## 業績の動向

2024年3月期第2四半期の営業利益は前年同期比31.3%減だが、過去2番目の高水準。中長期の上昇トレンドは変わらず

### ● 2024年3月期第2四半期決算概要

#### (1) 損益状況

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高102,135百万円（前年同期比17.1%減）、営業利益4,556百万円（同31.3%減）、経常利益4,203百万円（同31.3%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益3,060百万円（同26.5%減）となった。

マーケット別では、Automotiveは増収となったが、Digital ElectronicsとBroad Marketは減収となった。地域別では、自動車向けが堅調であった欧米は増収となったが、日本を含めたそれ以外の地域は減収となった。

売上総利益率は前年同期比0.7pt改善し12.1%となった。在庫の評価損130百万円を計上したが、円安や製品構成の変化によって原価率は改善した。しかし減収により売上総利益は同11.7%減となった。販管費は、同5.9%増の7,784百万円となったが、主に昇給、昇格等による人件費の増加70百万円、減収に伴う荷造運賃の減少196百万円、貸倒引当金310百万円を含むその他費用の増加558百万円による。また同社は輸出型の商社であることから、業績は為替レートの影響（円高マイナス、円安プラス）を受ける。同社によれば、1円の変動で売上高は約1,300百万円、経常利益は約70百万円の影響を受けるといふ。2024年3月期第2四半期の対米ドル平均レートは、141.06円（前年同期は134.03円）であった。

### 2024年3月期第2四半期決算の概要

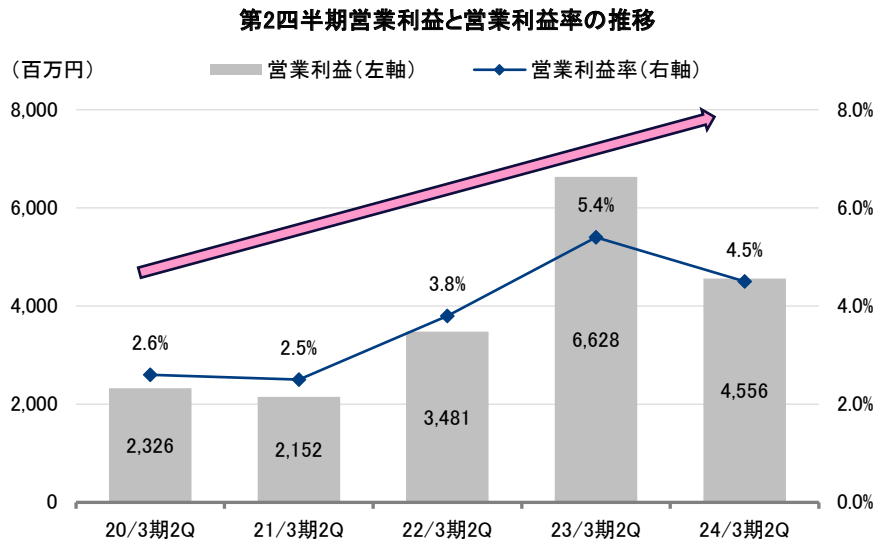
(単位：百万円)

	23/3期 第2四半期		24/3期 第2四半期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	123,167	100.0%	102,135	100.0%	-21,032	-17.1%
売上総利益	13,980	11.4%	12,341	12.1%	-1,639	-11.7%
販管費	7,351	6.0%	7,784	7.6%	433	5.9%
営業利益	6,628	5.4%	4,556	4.5%	-2,072	-31.3%
経常利益	6,122	5.0%	4,203	4.1%	-1,919	-31.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,164	3.4%	3,060	3.0%	-1,104	-26.5%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績の動向

前年同期が好決算であったことから、営業利益は前年同期比で減益となったが、第2四半期としては過去2番目に高い水準であり、必ずしも悲観する結果ではなかったと言える。下図からも明らかなように、2020年3月期第2四半期に比べれば約2.0倍の水準であり、中長期で見た営業利益推移は依然として上昇トレンドにあると言えるだろう。



出所：決算短信よりフィスコ作成

## Automotive は客先の生産増と新規商材の採用等で続伸だが、Digital Electronics、Broad Market は前年同期の反動もあり減収

### (2) マーケット別売上高

Digital Electronics は 40,835 百万円（前年同期比 14,013 百万円減、同 25.5% 減）となったが、液晶、タッチパネル（TP）、バックライト（BL）などのディスプレイ関連が 8,422 百万円減、客先の生産が低迷した電気・電子部品、半導体が 4,261 百万円減、スマートフォン向け等が低調であったモバイル、PC が 1,194 百万円減であった。

Automotive は客先での自動車生産が回復したことに加え、新規商材の採用などもあり 21,090 百万円（前年同期比 4,178 百万円増、同 24.7% 増）と堅調に推移した。

Broad Market は、40,209 百万円（前年同期比 11,197 百万円減、同 21.8% 減）となったが、主にドライブレコーダーの普及が一巡し不調であったことからアフターマーケットが 5,327 百万円減、重電、車両制御、船舶が 1,067 百万円減、OA 機器が 1,015 百万円減となった。

**エレマテック** | 2023年12月28日(木)  
 2715 東証プライム市場 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

マーケット別売上高の詳細

(単位：百万円)

	23/3 期 第 2 四半期		24/3 期 第 2 四半期		増減率	主な対象市場	増減額
	金額	構成比	金額	構成比			
Digital Electronics	54,848	44.5%	40,835	40.0%	-25.5%	液晶、TP、BL	-8,422
						電気・電子部品、半導体	-4,261
						モバイル、PC	-1,194
Automotive	16,912	13.7%	21,090	20.6%	24.7%	Automotive 全体	4,178
Broad Market	51,406	41.7%	40,209	39.4%	-21.8%	アフターマーケット	-5,327
						重電、車両制御、船舶	-1,067
						OA 機器	-1,015
合計	123,167	100.0%	102,135	100.0%	-17.1%		-21,032

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) 地域別状況

地域別売上高（決算短信ベース）は、日本が 56,556 百万円（前年同期比 14.0% 減）、中国が 21,980 百万円（同 26.2% 減）、その他アジアが 14,160 百万円（同 26.9% 減）、欧米が 9,438 百万円（同 15.0% 増）となった。欧米が堅調であったのは、主に自動車関連が伸びたことによる。

セグメント利益は、日本が 1,352 百万円（前年同期比 55.5% 減）、中国が 1,541 百万円（同 14.8% 減）、その他アジアが 747 百万円（同 15.5% 減）、欧米が 407 百万円（同 72.1% 増）となった。

地域別状況

(単位：百万円)

	23/3 期 第 2 四半期		24/3 期 第 2 四半期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	123,167	100.0%	102,135	100.0%	-21,032	-17.1%
日本	65,800	53.4%	56,556	55.4%	-9,244	-14.0%
中国	29,801	24.2%	21,980	21.5%	-7,821	-26.2%
その他アジア	19,361	15.7%	14,160	13.9%	-5,201	-26.9%
欧米	8,204	6.7%	9,438	9.2%	1,234	15.0%
営業利益	6,628	5.4%	4,556	4.5%	-2,072	-31.3%
日本	3,038	4.6%	1,352	2.4%	-1,686	-55.5%
中国	1,807	6.1%	1,541	7.0%	-266	-14.8%
その他アジア	885	4.6%	747	5.3%	-138	-15.5%
欧米	236	2.9%	407	4.3%	171	72.1%
(調整額)	660	-	508	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 手元資金は412億円と潤沢、財務基盤は安定

### (4) 財務状況

2024年3月期第2四半期末の流動資産は115,052百万円（前期末比7,746百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加8,281百万円、受取手形及び売掛金の減少1,776百万円、棚卸資産の増加1,315百万円などによる。固定資産は6,823百万円（同216百万円増）となったが、主に有形固定資産の増加120百万円、無形固定資産の減少34百万円、投資その他の資産の増加130百万円による。この結果、2024年3月期第2四半期末の資産合計は121,876百万円（同7,962百万円増）となった。

一方で、流動負債は51,709百万円（同5,179百万円増）となったが、主に支払手形及び買掛金の増加5,431百万円、短期借入金の減少538百万円などによる。純資産合計は、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上などによる利益剰余金の増加1,054百万円、為替換算調整勘定の増加1,480百万円などを受けて68,125百万円（同2,547百万円増）となった。この結果、2024年3月期第2四半期末の自己資本比率は55.9%（前期末は57.6%）となった。

### 連結貸借対照表

（単位：百万円）

	23/3 期末	24/3 期 第2 四半期末	増減額
現金及び預金	32,966	41,248	8,281
受取手形及び売掛金	57,906	56,129	-1,776
棚卸資産	15,354	16,669	1,315
流動資産計	107,306	115,052	7,746
有形固定資産	3,431	3,552	120
無形固定資産	287	253	-34
投資その他の資産	2,887	3,017	130
固定資産計	6,606	6,823	216
資産合計	113,913	121,876	7,962
支払手形及び買掛金	40,311	45,742	5,431
短期借入金	1,093	555	-538
その他	3,206	3,292	86
流動負債計	46,530	51,709	5,179
固定負債計	1,804	2,041	237
負債合計	48,335	53,750	5,415
利益剰余金	57,412	58,467	1,054
為替換算調整勘定			
純資産合計	65,577	68,125	2,547

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

### (5) キャッシュ・フローの状況

2024年3月期第2四半期における営業活動によるキャッシュ・フローは10,731百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前四半期純利益の計上4,203百万円、減価償却費548百万円、売上債権の減少3,684百万円、破産更生債権等の減少2,556百万円、仕入債務の増加3,588百万円などで、主な支出は、貸倒引当金の減少2,555百万円、棚卸資産の増加518百万円などであった。

業績の動向

投資活動によるキャッシュ・フローは581百万円の支出となったが、主な支出は有形固定資産の取得（主に金型）516百万円、無形固定資産の取得19百万円などであった。財務活動によるキャッシュ・フローは2,822百万円の支出だったが、主に短期借入金の減少による支出629百万円、リース債務の返済による支出185百万円、配当金の支払による支出2,006百万円によるものである。この結果、2024年3月期第2四半期中の現金及び現金同等物は8,281百万円の増加となり、四半期末残高は41,248百万円となった。依然として手元資金は潤沢であり、財務基盤は安定していると言える。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/3 期 第2四半期	24/3 期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-2,820	10,731
税金等調整前四半期純利益	6,122	4,203
減価償却費	559	548
貸倒引当金の増減額 (-は減少)	-17	-2,555
売上債権の増減額 (-は増加)	-5,240	3,684
破産更生債権等の増減額 (-は増加)	1	2,556
棚卸資産の増減額 (-は増加)	-1,474	-518
仕入債務の増減額 (-は減少)	-1,819	3,588
投資活動によるキャッシュ・フロー	-439	-581
有形固定資産の取得による支出	-443	-516
無形固定資産の取得による支出	-20	-19
財務活動によるキャッシュ・フロー	-783	-2,822
短期借入金の純増減額 (-は減少)	886	-629
リース債務の返済による支出	-197	-185
配当金の支払額	-1,473	-2,006
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	-3,189	8,281
現金及び現金同等物の四半期末残高	27,563	41,248

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2024年3月期は前期の反動で Automotive 以外は減収見込み。 売上高は前期比 13.7% 減、営業利益は同 25.3% 減を予想

#### ● 2024年3月期の業績見通し

##### (1) 損益見通し

2024年3月期でも上期と同様の傾向が続くと見ており、売上高 207,000 百万円（前期比 13.7% 減）、営業利益 9,000 百万円（同 25.3% 減）、経常利益 8,400 百万円（同 24.5% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 6,000 百万円（同 22.0% 減）を見込んでいる。Automotive は引き続き堅調に推移すると予想されるが、Digital Electronics と Broad Market は減収の見込みだ。

#### 2024年3月期予想の概要

（単位：百万円）

	23/3 期		24/3 期（予）			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	239,774	100.0%	207,000	100.0%	-32,774	-13.7%
営業利益	12,052	5.0%	9,000	4.3%	-3,052	-25.3%
経常利益	11,130	4.6%	8,400	4.1%	-2,730	-24.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,696	3.2%	6,000	2.9%	-1,696	-22.0%

注：24期/3期（予）は修正後の数値  
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

##### (2) マーケット別売上高予想

マーケット別では、Digital Electronics は 73,269 百万円（前期比 29,727 百万円減、同 28.9% 減）が予想されている。液晶、タッチパネル、バックライトは引き続き在庫調整が予想され 17,007 百万円の減収を見込む。電気・電子部品、半導体も納入先顧客の生産が低調であることから、5,008 百万円減を見込んでいる。ゲーム機を中心とした TOY、ホビーも在庫調整の可能性があり 4,735 百万円の減収が予想されている。

Automotive は、EV（Electric Vehicle：電気自動車）関連の新規案件獲得に加えて自動車生産が堅調に推移すると予想されることから 46,687 百万円（前期比 10,034 百万円増、同 27.4% 増）を見込んでいる。

Broad Market は 87,042 百万円（前期比 13,081 百万円減、同 13.1% 減）が見込まれている。前期まで好調だったドライブレコーダーが、客先で内製化が進んだことや市場での普及が一段落したことから大幅減収が予想され、アフターマーケットは 11,802 百万円減を見込んでいる。また OA 機器は 1,662 百万円減、重電、車両制御も 1,115 百万円減が予想されている。



今後の見通し

### マーケット別売上高の予想

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期 (予)		増減率	主な対象市場	増減額
	金額	構成比	金額	構成比			
Digital Electronics	102,996	43.0%	73,269	35.4%	-28.9%	液晶、TP、BL	-17,007
						電気・電子部品、半導体	-5,008
						TOY、ホビー	-4,735
Automotive	36,653	15.3%	46,687	22.6%	27.4%	Automotive 全体	10,034
						アフターマーケット	-11,802
Broad Market	100,124	41.8%	87,042	42.0%	-13.1%	OA 機器	-1,662
						重電、車両制御	-1,115
合計	239,774	100.0%	207,000	100.0%	-13.7%		-32,774

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

### 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を発表、 重点市場は「オートモーティブ」「アフターマーケット」「医療機器」

#### 1. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」の基本方針

同社では、前期まで進めてきた「エレマテック NEXT」に引き続き、中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」(2024年3月期～2026年3月期)を発表しており、以下がその概要である。

##### (1) 外部環境と挑戦課題

同社では、外部環境の動向として、「地政学的リスクと内外マーケットの変動」「顧客ニーズの高度化・多様化」「サステナビリティ課題への関心の高まり」「働き方の変化とダイバーシティの伸展」を挙げている。このような外部環境を踏まえて、以下のような挑戦課題を掲げている。

##### a) 成長とリスク分散の観点から日本・中国以外での事業を拡大する

- ・北米・欧州へのリソース投入
- ・ASEAN での調達代行からの脱却

##### b) 開発部の機能強化と各部門の連携強化、外部資源の獲得を目指す

- ・取引先軸、商品軸での取り組みの強化
- ・中長期トレンドの継続的フォローと投融資の拡大

中長期の成長戦略

c) 地球環境への配慮と社会課題解決への取り組みを強化する

- ・ 本業を通じたサステナビリティ課題解決への貢献
- ・ 顧客の環境配慮重視を踏まえた仕入先への支援

d) 個々がやりがいを持ち、自己表現できる体制を構築する

- ・ ダイバーシティ & インクルージョンの推進
- ・ 従業員エンゲージメントを高める教育・研修・配属の仕組みづくり

(2) 重点施策と定量的目標、重点市場

中期経営戦略の基本方針としては、「前施策は継続進化させ、新中計では経営基盤の拡大・強化を進めつつ、ポテンシャル分野に挑戦する」ことを掲げている。これに基づき、以下の4つの重点施策を推進する方針だ。

a) 重点施策

(ポテンシャル分野の開拓・深耕として)

- ・ ポテンシャルエリアの本格開拓
- ・ 開発部の機能強化

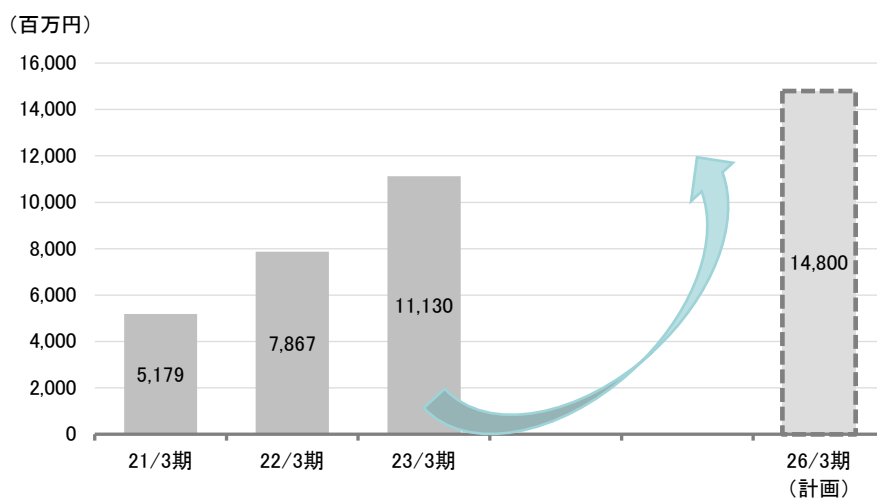
(経営基盤の拡大・強化として)

- ・ M&A・アライアンスによる顧客基盤・事業領域の拡大
- ・ サステナビリティと人的資本への取り組み

b) 定量的目標と重点市場

定量的目標としては、「2023年3月期から2026年3月期までの経常利益年平均成長率（CAGR）を10%以上とする」としている。この目標を達成するための重点市場として、「オートモーティブ」「アフターマーケット」「医療機器」の3つを挙げている。

経常利益成長イメージ



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 2. 具体的施策

### (1) ポテンシャルエリアの本格開拓

(欧米)

- ・グローバル顧客へのスペックイン活動の強化
- ・製造拠点の設置を検討

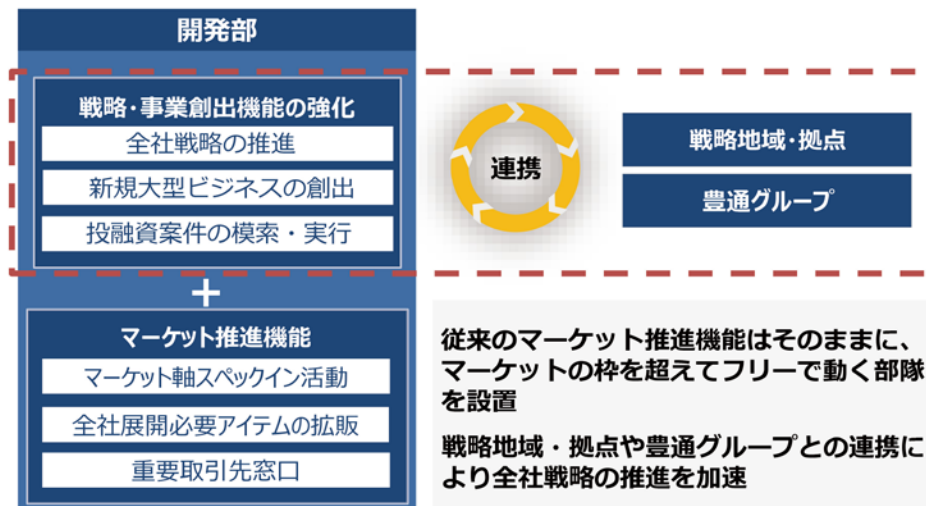
(ASEAN)

- ・中国での成功ビジネス（完成品）の横展開
- ・ASEAN 地域でのスペックイン・仕入先開拓の強化、顧客の ASEAN シフトへの対応

### (2) 開発部の機能強化

事業創出の観点から、開発部の機能を見直し、戦略地域・拠点や豊田通商グループとの連携を強化する。

#### 開発部の機能強化



出所：決算説明資料より掲載

### (3) オートモーティブ

オートモーティブについては、成長が期待できる環境対応 / 電装化領域及び未開拓の海外 OEM（主に EV 関連部材）や Tier1 の攻略を進める。

市場環境としては、中国市場を中心に EV が急伸するほか、車載ディスプレイの大型化 + 複数化により、車は移動手段から「移動 + 情報ツール + 娯楽」へ変化すると予想している。また、CASE の推進 + 異業種からの新規参入により、Tier1 が未着手の領域（外装、電装等）にも進出し、電子基板、設計、実装の一括提案に対する需要が増加すると予想している。

中長期の成長戦略

具体的な施策としては、EV 関連部材（e アクスル向け部材及びセンサー・ヒーター等）の拡販を進める。また海外 Tier1 の攻略としては、HMI 向け日系高機能商材の提案強化、電気 / 機構設計が可能な技術部を活用した電子基板、設計、実装の一括提案、欧米への拠点拡充などを進める。拠点拡充については、既に 2023 年 5 月にポーランド支店を開設したが、以後も随時拡充する計画だ。

#### (4) アフターマーケット

アフターマーケットについては、国内市場での収益拡大及び海外市場への参入を目指す。市場環境としては、プライベートブランド（PB）市場が成長すると認識している。海外及び国内の家電量販店各社が PB 商品の開発と販売を推進し、PB 商品の売上高構成比は急拡大しており、今後も更なる拡大が見込まれる。

これに伴い、国内大手量販店向け完成品（ODM）ビジネスを強化する。具体的な施策としては、ASEAN 地域での仕入先開拓強化（中国での成功例を横展開）、取扱製品（完成品）の品目を充実させる。一方で、国内大手量販店向けに蓄えた知見を活用し、ASEAN 現地企業 PB 向けに横展開する。ASEAN 市場を足掛かりに、今後は欧米市場の開拓も進める。

#### (5) 医療機器

医療機器については、医療機器コネクティビティ市場への対応を図る。市場環境としては、先進国を中心とした世界的な高齢化及び、新興国の人口増加、経済発展、国民の所得向上に伴う医療需要増加が見込まれる一方で、「医療機器のエレクトロニクス化」が進むと予想している。

このような環境下、同社では多様化する医療ニーズを捉えたビジネスの強化を進める計画で、具体的には在宅医療（血圧計、体組成計等）向けビジネスの拡充、完成品（OEM）ビジネスの強化、歯科機器領域への取り組み強化などを進める。

## 各種取り組みは着実に進捗中

### 3. 各種計画の進捗状況

#### (1) ポテンシャルエリアの本格開拓：ポーランド支店の開設

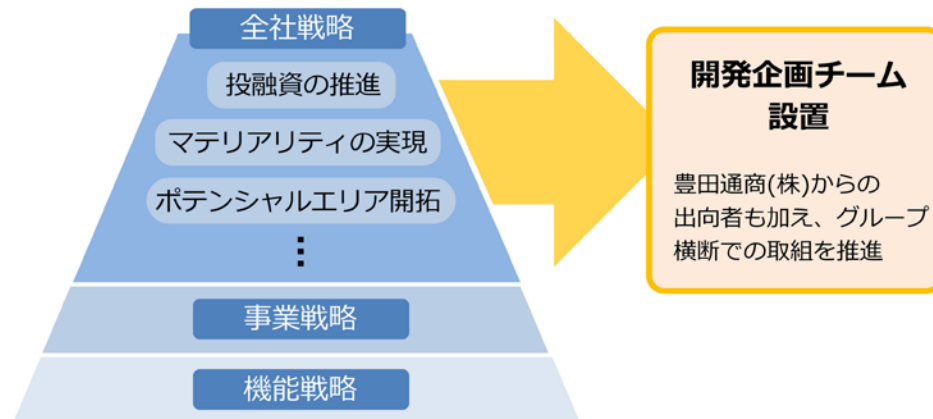
同社はこれまでに、ヨーロッパ本社（チェコ）、ドイツ支店（フランクフルト）を開設していたが、今回新たに自動車関連ビジネス等の拡販を目的にポーランド支店を開設した。今後は、欧米でのスペックイン活動を一段と強化し、欧州メガ Tier1 へ展開を図る。

#### (2) 開発部の機能強化：開発企画チームの設置

「エレマテック・プロプラス」における全社戦略の具現化を推進するため、新たに「開発企画チーム」を設置した。このチームは、それまでの「機能戦略」や「事業戦略」の上層に位置して、組織全体に関連する「全社戦略」（投融资の推進、マテリアリティの実現、ポテンシャルエリア開拓など）を、親会社である豊田通商からの出向者も加え、グループ横断での取り組みとして推進する。

中長期の成長戦略

開発部の機能強化



出所：決算説明資料より掲載

(3) 自動車領域への注力

引き続き EV 車向け環境対応 / 電動化関連部材の拡販に注力する。

EV 車向け環境対応 電動化関連部材

部材 / 商材	取り組み実績
ヒーターモジュール	各種ヒーターモジュール量産受注
モータージェネレーター関連部材	モーター用磁石量産受注
バッテリー耐火シート ASSY	別車種への新規採用決定

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の展開としては、上記のような国内実績を生かして「欧州メガ Tier1」へ横展開する。

(4) 国内外有力顧客の開拓

前期実績：米系 IT プラットフォーム企業向け受注案件量産

今期実績：実績が認められ別商材の商流変更を獲得、有償試作開始

上記以外にも米系大手企業向けにフォルダブル用部材を新規試作受注しており、海外大手顧客の開拓を加速させていく。

## 「多様性の尊重」と「ガバナンス体制の構築」に注力

### 4. サステナビリティへの取り組み

同社では、サステナビリティに対しても積極的に取り組んでおり、「安心安全な社会の実現」「環境負荷の低減と循環型社会の実現」「人的資本への取り組み」を重要課題と位置付けている。以下は、主要分野での現在までの進捗・注力分野である。

#### (1) SDGs への取り組み：人権方針

同社の事業活動に関わるすべてのステークホルダーの人権を尊重するため、経営理念、行動倫理コード10箇条「CODE10」に基づいて「エレマテックグループ人権方針」を策定した。

(人権方針の概要)

- ・ 国際規範と法令の遵守
- ・ 適用範囲
- ・ 事業活動を通じた人権尊重
- ・ 人権デューデリジェンス
- ・ 是正・救済
- ・ 苦情処理メカニズム
- ・ 教育
- ・ 情報開示
- ・ ステークホルダーとの対話・協議

#### (2) SDGs への取り組み：マテリアリティ中長期目標の策定

同社は、「安心安全な社会の実現」、「環境負荷の低減と循環型社会の実現」、「多様性を尊重し、成長し合う組織づくり」、「全てのステークホルダーから信頼されるガバナンス体制の構築」のマテリアリティに対して、中長期の目標を設定した。

中長期の成長戦略

マテリアリティと中長期目標

マテリアリティ	中長期目標
安心安全な社会の実現	<b>モビリティの進化に対応した高付加価値商材の拡販</b> ・2022/3期：310億円→2026/3期：325億円 <hr/> <b>医療診断・検査機器向け商材等の拡販</b> ・2022/3期：84億円→2026/3期：122億円
環境負荷の低減と循環型社会の実現	<b>環境対応車、クリーンエネルギー設備関連向け商材の拡販</b> ・2022/3期：37億円→2026/3期：88億円 <hr/> <b>環境に配慮した商材の拡販</b> ・2022/3期：27億円→2026/3期：55億円
多様性を尊重し、成長し合う組織づくり	<b>全ての従業員が能力を最大限発揮できる機会の提供</b> ・就業制度の見直し、健康経営の推進、人事制度のフルリニューアル等
全てのステークホルダーから信頼されるガバナンス体制の構築	<b>取締役会の機能強化及びコンプライアンスの徹底</b> ・社外取締役比率の向上、女性役員の選任等 ・コンプライアンス推進を担当する専門部署の設置

出所：決算説明資料より掲載

## ■ 株主還元

### 配当方針を変更、 2024年3月期は年間配当 85 円（配当性向 58.0%）へ増配予定

同社は、株主還元については配当によることを原則としており、「配当性向 40% 以上」を目標として掲げてきた。事実、年間配当として 2020 年 3 月期は 32 円、2021 年 3 月期は 36 円、2022 年 3 月期は 53 円を実施、配当性向はそれぞれ 40.1%、40.2%、40.4% であった。2023 年 3 月期についても、基本的目標である「配当性向 40% 以上」を維持するために当初は年間 60 円配当を発表していたが、通期の業績が好調であったことから、年間配当を最終的に 76 円（中間期 27 円、期末 49 円、配当性向 40.4%）に増配した。

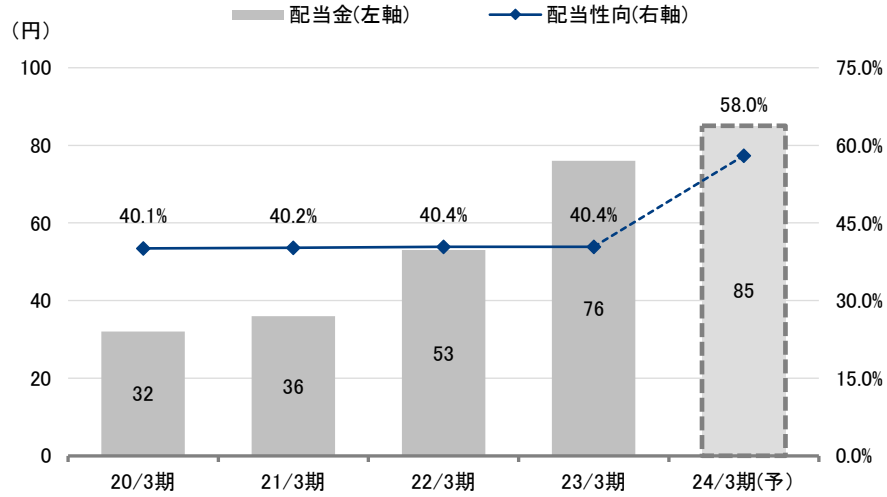
今後については、配当方針を「配当性向（連結）50% もしくは DOE3% の両基準で算出した数値のいずれか高い金額を目安とする」と発表した。配当方針を変更した理由として同社は、(1) 業績が順調に拡大したことから手元資金が増加したこと、(2) Automotive を中心に安定した収益源が増えてきたこと、(3) 利益が急減した場合でも配当を行えるように DOE 基準を追加したこと、を挙げている。

この新方針に基づき、進行中の 2024 年 3 月期は年間配当 85 円（中間期 40 円、期末 45 円、配当性向 58.0%）を予定している。このように、資本効率の改善を意識しつつ株主還元を積極的に行っている同社の姿勢は評価に値するだろう。さらに、足元の業績が減益予想にも関わらず増配を行うのは、同社が先行きの業績回復に自信を持っている証左と言えるだろう。



株主還元

配当金及び配当性向の推移



注：24/3期（予）は減額後の数値  
出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp